

Alive Library as a Brand Positioning in School Library Bina Persada

Alive Library Sebagai Brand Positioning di Perpustakaan Sekolah Bina Persada

Oleh :

Septian Sugara

Doddy Rusmono

Susanti Agustina

Program Studi Perpustakaan dan Informasi

Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Pendidikan Indonesia

newseptian@yahoo.co.id

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena implementasi *brand positioning* sebagai suatu keunggulan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada yang mampu meningkatkan *sense of belonging* dan minat kunjung pemustaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Temuan hasil penelitian mencakup: (1) *alive library* sebagai *brand positioning* di Perpustakaan Sekolah Bina Persada dilandasi oleh keprihatinan Pustakawan terhadap pembatasan waktu kunjungan siswa ke perpustakaan. (2) implementasi *brand positioning* di Perpustakaan Sekolah Bina Persada dapat dikatakan berhasil, meskipun pada penerapannya belum sesuai dengan teori. (3) pola implementasi *brand positioning alive library* yang dapat menjadi model untuk diimplementasikan di perpustakaan (sekolah) lainnya.

Kata kunci : *alive library, brand positioning, Perpustakaan Sekolah, Pustakawan.*

Abstract. This research is motivated by the phenomenon of brand positioning implementation as a superiority at Perpustakaan Sekolah Bina Persada, which effectively increase the sense of belonging and users interest. Approach used in this research was case study qualitative. The data were collected by observation, interview and study of documentation. The findings of the research are : (1) *alive library as brand positioning at Perpustakaan Sekolah Bina Persada* is motivated by librarian's concern of students' visit restriction. (2) implementation of brand positioning at Perpustakaan Sekolah Bina Persada is generally successful, although the implementation hasn't fitted the theory. (3) pattern of *alive library brand positioning implementation*, which has a possibility to be a model of implementation at another (school) library.

Keyword : *alive library, brand positioning, school library, librarian.*

PENDAHULUAN

Konsep *alive library* merupakan salah satu contoh implementasi *brand positioning* yang berhasil diterapkan di perpustakaan. *Brand positioning* merupakan salah satu strategi pemasaran yang menonjolkan nilai keunggulan dan keunikan dari sebuah barang atau jasa, untuk menarik perhatian pemustaka dan mengikatnya untuk menjadi pemustaka setia. Keller (2009) mengemukakan, “*Positioning is the act of designing the company's offering and image to occupy a distinctive place in the minds of the target market*”. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memaksimalkan frekuensi kunjungan para siswa sebagai pemustaka, sehingga akhirnya menjadi pemustaka setia.

Hasil akhir dari sebuah promosi adalah peningkatan minat kunjung pemustaka. Menurut Suwarno (2009, hlm.111), “pengunjung, anggota, dan pemakai perpustakaan adalah sasaran utama penyeleggaraan perpustakaan”. Artinya, semakin tinggi frekuensi kunjungan dan interaksi pemustaka dengan perpustakaan, maka semakin tinggi pula tingkat keberhasilan suatu perpustakaan dan mutu perpustakaan itu sendiri.

Alasan yang logis mengenai pentingnya kegiatan promosi di perpustakaan. Memasuki abad ke 21, kebutuhan informasi terus berkembang. Demikian pula akses terhadap informasi,

yang dapat diperoleh dengan cepat, mudah dan murah melalui Internet. Globalisasi memberikan dampak yang cukup signifikan bagi keleluasaan penyebaran informasi di dunia. Tidak ada lagi batasan teritorial negara, bahasa dan zona waktu dalam proses penyebaran informasi saat ini. Secara spesifik, di wilayah regional Asia tenggara, masyarakat ASEAN menyambut diresmikannya *Asean Economic Community* di akhir tahun 2015. Tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, nota kesepakatan ini juga berdampak pada pola konsumsi informasi masyarakat ASEAN, serta transparansi informasi di dalamnya. Kebutuhan informasi yang cepat, mudah dan murah mendesak para pemangku kebijakan di instansi perpustakaan di seluruh dunia untuk terus melakukan inovasi dalam mengoptimalkan koleksi perpustakaan, sekaligus meningkatkan loyalitas segenap pemustaka.

Sebagai suatu pusat peradaban, perpustakaan menjadi lembaga yang sangat hidup dengan kehadiran pemustaka. Pemustaka merupakan bagian yang sangat penting dalam menjaga eksistensi suatu perpustakaan. Ranganathan, 1931 (dalam Sen, 2008, hlm.87) menyatakan 5 prinsip utama dalam membangun perpustakaan. Kelima prinsip itu meliputi *books are for use, every reader his/her book, every book its reader, save the time of the reader*, dan

library is a growing organism.

Berdasarkan kelima prinsip di atas, dapat disimpulkan bahwa salah satu indikator perpustakaan yang ideal adalah terjadinya keterlibatan pemustaka yang aktif di dalamnya. Hal ini sesuai dengan konsep *alive library* yang diterapkan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada, dimana siswa sebagai pemustaka dilibatkan secara aktif dalam membangun iklim perpustakaan yang dinamis, demi menjaga eksistensi lembaga perpustakaan.

Banyak cara yang dapat ditempuh untuk meningkatkan minat kunjung, salah satunya adalah melalui *brand positioning*. Studi pendahuluan yang dilakukan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada menunjukkan suatu bentuk promosi yang sangat menonjol, dimana pustakawan tidak hanya melakukan promosi melalui media dan *user education* tetapi langsung menanamkan *brand positioning*, melalui sebuah konsep yang disebut *alive library*. Karena keunggulan tersebut, peneliti merasa perlu untuk mendalami lebih jauh proses *brand positioning* ini dibangun dan bagaimana hasil yang diperoleh.

Penelitian ini diperlukan karena di masa mendatang, informasi berkembang secara lebih cepat dan masif. Tanpa *brand positioning*, perpustakaan sekolah memiliki resiko yang sangat besar untuk kehilangan eksistensi, mengingat deras arus dan sumber informasi pada masa yang akan datang.

Berdasarkan latar belakang di atas, topik yang diangkat oleh peneliti adalah mengenai konsep *alive library* sebagai *brand positioning* di Perpustakaan Sekolah Bina Persada. Penulis berharap, penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan, terutama dalam pengembangan implementasi *brand positioning*, sehingga kegiatan ini dapat lebih berkembang demi kemajuan perpustakaan sekolah di Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, mengacu pada pandangan filsafat postpositivisme, dimana realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistik kompleks, dinamis, penuh makna dan bersifat interaktif (Sugiyono, 2013). Metode kualitatif dipilih karena peneliti bermaksud untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena tertentu secara mendalam dan terinci.

Berdasarkan studi pendahuluan yang dilakukan pada November 2015, diketahui fakta bahwa terdapat keunggulan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada berupa implementasi konsep *alive library* sebagai *Brand Positioning* (BP). Fakta inilah yang kemudian akan dijabarkan dalam penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode kualitatif dianggap sesuai, karena BP merupakan suatu upaya

multidisipliner yang melibatkan banyak aspek. Oleh sebab itu, untuk menggali nilai keunggulan *alive library* sebagai BP, dibutuhkan metode yang mendalam sekaligus penyajian hasil penelitian berupa deskripsi sehingga keunggulan yang diteliti dapat terpaparkan secara optimal untuk menghasilkan pemahaman yang komperhensif.

Penelitian ini didesain dengan menggunakan pendekatan studi kasus. Doodley (2002, hlm. 337) menyatakan, “*Cases (sometimes referred to as case writing) and case study are different in manyways and resemble each other in otherways. We will look at them both individually. The case itself is as account of an activity, event, or problem. The case usually describes a series of events that reflect the activity of problem as it happened*”. Sementara, Yin (2009, hlm. 29) menyatakan, “*Of course, the 'case' also can be some event of entity other than a single individual. Case studies have been done about decisions, programs, the implementation process, and organizational process*”. Sebagaimana yang dikatakan oleh Yin (2009), studi kasus tidak hanya digunakan untuk menguji suatu masalah, tetapi bisa juga digunakan untuk menggali proses implementasi dari suatu program. Hal ini sesuai dengan fokus penelitian yang telah dirumuskan, yaitu untuk menggali keunggulan yang dimiliki oleh Perpustakaan Sekolah Bina Persada

berupa implementasi BP. Oleh karena itu, model studi kasus dianggap relevan untuk digunakan pada penelitian ini.

Subjek penelitian ini terdiri dari 1 orang informan kunci (pustawakan), dan 9 orang informan (1 orang guru senior yang mewakili unsur kepala sekolah, 7 orang perwakilan siswa, dan 2 orang perwakilan guru), serta 1 orang ahli bidang BP. Penelitian ini dilakukan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada, yang berada di Jl. Setra Duta Cemara, Blok K, Setra Duta Residence, Kota Bandung. Lokasi ini dipilih karena Perpustakaan Sekolah Bina Persada memiliki keunggulan berupa penerapan konsep *alive library* sebagai BP, yang merupakan bagian dari kegiatan promosi. Peneliti berharap penelitian ini dapat mengungkapkan pola penerapan BP di Perpustakaan Sekolah Bina Persada, sehingga dapat menginspirasi lebih banyak perpustakaan sejenis untuk menerapkan BP.

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti meliputi observasi, wawancara, studi dokumentasi dan studi literatur. Teknik analisis data menggunakan reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan (*conclusion drawing/verifying*). Data yang terhimpun akan diuji keabsahannya menggunakan teknik triangulasi sumber data dan teknik triangulasi pengumpulan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa siswa dilarang berkunjung ke perpustakaan pada waktu luang, karena kepala sekolah menerapkan waktu kunjung yang sangat ketat, sehingga kurang memenuhi kebutuhan pemustaka. Jika ditelaah, hal ini relevan dengan definisi perpustakaan sekolah yang dikemukakan oleh Suharyati (2008, hlm.12) “perpustakaan sekolah adalah semua perpustakaan yang diselenggarakan di sekolah baik tingkat sekolah dasar maupun tingkat lanjutan guna menunjang proses belajar mengajar di sekolah”.

Kata *menunjang*, dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, diartikan sebagai sesuatu yang membantu kelancaran usaha dan sebagainya. Dengan demikian, keberadaan perpustakaan di sekolah masih dianggap sebagai pendukung, bukan unsur inti dari kegiatan pembelajaran di sekolah. Pandangan ini bertolak belakang dengan apa yang disampaikan oleh Simons dkk (2000, hlm.123), bahwa perpustakaan dalam perspektif pendidikan mutakhir dianggap sebagai “*essential component of students' formal education and informal research needs*”. Sehingga, keberadaannya di sekolah menjadi lebih esensial daripada sekedar pendukung pembelajaran. Simon menambahkan, sebagai sumber dan pusat informasi, perpustakaan masa kini idealnya menjadi katalisator utama dalam

mengembangkan kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik siswa.

Siswa diberdayakan untuk mengoptimalkan fungsi perpustakaan sekolah, sehingga menjadi *center of excellence*. Lebih jauh, IFLA (2015, hlm. 16) bahkan menempatkan posisi perpustakaan sekolah sebagai suatu entitas yang mengakomodir nilai-nilai luhur kemanusiaan di sekolah. “*A school library is a school's physical and digital learning space where reading, inquiry, research, thinking, imagination, and creativity are central to students' information-to-knowledge journey, and to their personal, social and cultural growth*”. Perpustakaan berperan mengoptimalkan kemampuan siswa untuk mengolah informasi menjadi pengetahuan. Di dalamnya terdapat proses membaca, menyelidiki, meneliti, berpikir, berimajinasi, dan mengasah kreatifitas. Keseluruhan proses tersebut, menjadikan perpustakaan tidak hanya menjadi lembaga pendukung pendidikan di sekolah, tetapi justru menjadi pusat perkembangan personal, sosial dan budaya peserta didik.

Jika kunjungan siswa dibatasi, maka akan sangat sulit nampaknya bagi perpustakaan untuk memainkan perannya sebagai sebagai pusat pembelajaran, perkembangan personal, sosial, dan budaya siswa di sekolah sebagaimana yang dicanangkan oleh IFLA. Maka dari itu KI (*Key Informant*) berusaha membuat

perpustakaan menjadi lebih hidup dengan menciptakan iklim perpustakaan yang dinamainya sebagai *alive library*.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa intisari dari *alive library* adalah adanya interaksi dua arah antara pemustaka dengan pustakawan. Pemustaka sebagai pengguna aktif memaksimalkan pemanfaatan perpustakaan, sementara pustakawan aktif mempromosikan perpustakaan dengan berbagai cara. Selain mempromosikan, pustakawan juga diharapkan mampu memberikan nilai-nilai atau kemampuan kepada pemustakanya, sehingga perpustakaan tidak hanya berperan sebagai sumber belajar tetapi benar-benar menjadi pusat pembelajaran di sekolah.

Usaha KI yang menerapkan konsep *alive library* di perpustakaan, dalam dunia pemasaran dikenal sebagai *brand positioning* (BP). Menurut Ries (2002, hlm.3) "*Positioning is not what you do to a product. Positioning is what you do to the mind of the prospect. That is, you position the product in the mind of the prospect*". Sehingga, tujuan utama dari kegiatan BP idealnya tidak terletak pada produk yang dihasilkan, melainkan citra yang terbentuk. Hal ini relevan dengan pendapat Expert (E), yang menyatakan bahwa hasil akhir dari BP adalah terbentuknya citra. Jika citra yang ingin disampaikan sudah sesuai dengan citra yang diterima, maka BP yang diterapkan

sudah benar.

Persepsi awal peneliti tentang pemahaman KI mengenai BP terbantahkan oleh pernyataan KI, bahwa ia tidak pernah mempelajari BP secara formal. KI kemudian mengemukakan pendapatnya sendiri mengenai *brand*, yang secara implisit menunjukkan bahwa sesungguhnya KI memproyeksikan *brand* yang dibangunnya kepada dirinya sendiri, atau dalam dunia pemasaran dikenal sebagai *personal branding*. *Personal branding* yang dibangun KI merupakan suatu temuan dalam penelitian ini, dimana KI membuktikan bahwa kualitas pustakawan dapat meningkatkan citra perpustakaan yang dikelolanya.

Dalam salah satu segmen wawancara, KI menyebutkan bahwa ia mencoba membawa kerangka kerja yang telah ia terapkan di sekolah sebelumnya, untuk diterapkan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada. Dengan demikian, secara tidak langsung KI menyatakan bahwa proses pembangunan BP di Sekolah Bina Persada sesungguhnya sudah dimulai pada tahun 2006, jauh sebelum KI mulai bekerja di sekolah tersebut. Proses KI dalam membangun BP merupakan sesuatu yang *intangible*, dimana KI menyimpan konsep tersebut di dalam benak, perasaan dan pikirannya sendiri. Hal ini memungkinkan KI untuk membangun BP, di perpustakaan manapun yang ia kelola

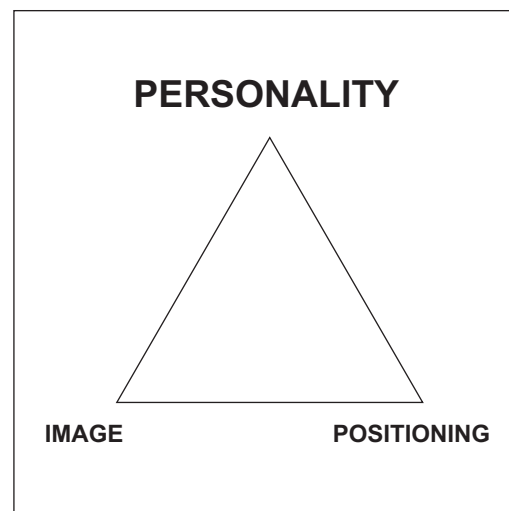
Fenomena seperti inilah yang

disebut dengan *personal branding*, dimana *brand* yang sesungguhnya terletak pada diri pustakawan, bukan pada perpustakaan. Meskipun demikian, apa yang telah dilaksanakan oleh KI di Perpustakaan Sekolah Bina Persada dapat dikatakan sebagai BP, karena KI berhasil menyamakan persepsi antara citra yang ingin ia bangun dengan apa yang diterima oleh pemustaka, yaitu perpustakaan yang hidup dan nyaman dikunjungi.

Implementasi *Brand Positioning 'Alive Library'*

a. Perencanaan

Alive Library merupakan suatu konsep yang dinyatakan secara spontan oleh KI, dan bukan merupakan konsep tertulis sebagaimana yang dibayangkan sebelumnya. Hal ini nampak dari *gesture* yang ditunjukkan oleh KI ketika berbicara mengenai konsep *alive library*, yang mengindikasikan keraguan. Hal tersebut kontradiktif dengan pernyataan E, bahwa sebuah BP secara ideal perlu melewati tiga langkah. Dimulai dengan mengidentifikasi kelemahan, kelebihan dan keunikan yang dimiliki (*personality*), merancang dan mengimplementasikan konsep yang dianggap unik dan sesuai kebutuhan (*positioning*), kemudian menguji kesesuaian antara citra yang diterapkan dengan citra yang terbentuk (*image*). Ketiga langkah ini merupakan siklus yang berlangsung terus menerus. Siklus tersebut dapat diperhatikan melalui Gambar di bawah ini :



Sumber : Luoio D dan Lombart C. (2011)

Teori tersebut didukung oleh pernyataan Kotler dan Armstrong (2003, hlm. 27), yang mengemukakan dua langkah yang perlu dilakukan dalam melaksanakan BP, sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi keunggulan –keunggulan kompetitif yang dimiliki perpustakaan. Untuk melakukan hal tersebut, diperlukan kegiatan diferensiasi penawaran kepada pemustaka yang berbeda dari pesaing. Diferensiasi dapat dilakukan melalui inovasi pada bauran pemasaran seperti produk, harga, saluran distribusi dan juga aktivitas komunikasi pemasaran
2. Memilih satu atau lebih keunggulan kompetitif yang dimiliki untuk dikomunikasikan dalam benak pemustaka. Persyaratan atau keunggulan

untuk dapat dipilih dan dikomunikasikan antara lain:

- a. Sesuai dengan kepentingan pemustaka
- b. Sesuatu yang khas dan unik
- c. Bernilai superior
- d. Mudah dikomunikasikan
- e. Terjangkau (mudah diakses)
- f. Dapat memberikan keuntungan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa untuk membangun suatu BP yang baik, diperlukan pemahaman yang mumpuni mengenai kondisi perpustakaan (kelemahan, kelebihan, keunikan) dan citra apa yang ingin dibangun, sehingga akan tercipta perencanaan BP yang lebih matang. Hal tersebut tidak nampak pada pelaksanaannya di Perpustakaan Sekolah Bina Persada, dimana konsep BP menjadi *tacit knowledge* pustakawan, hanya pustakawan yang mengerti bagaimana harus bertindak sehingga BP dapat tercapai. Meskipun demikian, menurut penuturan E, pemahaman mengenai BP tidak terlalu dibutuhkan selama BP dapat tercapai.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa KI memiliki beberapa fokus utama dalam membangun BP, meliputi:

- a. Optimalisasi fungsi perpustakaan
- b. Kesesuaian layanan dengan kurikulum
- c. Kesesuaian layanan dengan

kebutuhan pemustaka

- d. Meningkatkan *life skills* pemustaka

Selain konsep yang matang disertai dengan rancangan usaha untuk mencapai konsep tersebut, terdapat pula beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kesuksesan implementasi BP, Berdasarkan elaborasi teori, penuturan E dan hasil penelitian, penulis mengkontruksi beberapa faktor tersebut, meliputi:

- a. Pemanfaatan IT (*Information Technology*)

Berdasarkan panduan proses perencanaan perpustakaan sekolah yang dikeluarkan oleh IFLA (2015), pada poin keenam disebutkan “*A technology plan with future projections of technology and potential changes in delivery of information and services*”. Artinya, penerapan IT menjadi salah satu komponen yang harus dipenuhi oleh perpustakaan sekolah. Adapun pemanfaatan IT di perpustakaan sekolah secara umum dapat diklasifikasikan ke dalam 3 fokus utama:

1. Pengadaan

Pemanfaatan IT dalam pengadaan koleksi perpustakaan dapat membantu perpustakaan sekolah memperoleh gambaran nyata mengenai kebutuhan pemustaka, melalui layanan desiderata.

Desiderata berfungsi ganda, yaitu terpenuhinya kebutuhan informasi pemustaka, sekaligus membantu pustakawan meningkatkan kredibilitas. Selain desiderata yang diadakan perpustakaan, pemustaka juga dapat secara mandiri memanfaatkan berbagai media sosial dan surat elektronik untuk pengadaan berbagai artikel, jurnal, maupun buku yang dibutuhkan, seperti yang telah dilaksanakan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada.

2. Pengolahan

Pengolahan koleksi di perpustakaan sekolah merupakan salah satu tahapan yang paling penting. Selain menghasilkan koleksi yang tersusun rapi, pengolahan juga memudahkan pemustaka dalam mengakses kembali koleksi yang dibutuhkan. Penerapan IT di perpustakaan sekolah akan sangat membantu pengolahan bahan pustaka, terutama dalam membangun *database* perpustakaan sekolah yang nantinya dapat memudahkan proses pelayanan.

3. Pelayanan

Saat ini, pemanfaatan IT dalam bidang pelayanan perpustakaan semakin beragam. Selain penggunaan OPAC seperti yang dilakukan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada, pemustaka juga dapat menghubungi akun resmi perpustakaan di media sosial untuk memesan, meminjam, dan

mengembalikan koleksi, serta berkonsultasi dengan pustakawan. Hal ini dapat menghemat waktu, tenaga, bahkan materi pemustaka, sesuai dengan prinsip kelima Ranganathan, *"save the time of the reader"*.

b. Kolaborasi

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa KI belum melakukan kolaborasi secara optimal, baik kolaborasi yang dilakukan bersama guru, orang tua siswa, kepala sekolah, maupun direktur (kepala yayasan). Hal ini berbanding terbalik dengan apa yang telah ia lakukan di sekolah sebelumnya, dimana kolaborasi dengan semua warga sekolah berlangsung dengan baik dan terbukti mampu menghasilkan BP yang jauh lebih berhasil. Hal ini membuktikan, bahwa kolaborasi menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan BP. IFLA (2015, hlm. 26) bahkan mencantumkan *'Communication and collaboration skills'* sebagai salah satu kualifikasi pustakawan sekolah. Berdasarkan hasil penelitian, penulis dapat mengkonstruksi beberapa indikator yang menjadi syarat terbentuknya kolaborasi di perpustakaan sekolah, meliputi :

1. Terdapat hubungan (sosial) yang baik antara pustakawan, guru, kepala sekolah, siswa, staff, maupun orang tua siswa;
2. Seluruh warga sekolah

menghargai dan memandang pustakawan sebagai tenaga profesional;

3. Terjalin komunikasi yang baik antara pustakawan dengan seluruh warga sekolah;
4. Pustakawan memiliki beberapa kapasitas unggulan, seperti kemampuan bersosialisasi dan berkomunikasi, berpikiran terbuka, toleran, dan fleksibel;
5. Pemegang kebijakan melibatkan dan memberi wewenang kepada pustakawan untuk berkontribusi dalam proses pengambilan keputusan, terutama yang berkaitan dengan perpustakaan;
6. Terdapat kerelaan hati, tekad dan konsistensi dari seluruh guru mata pelajaran untuk berkolaborasi dan mengoptimalkan pemanfaatan perpustakaan sekolah.

c. Sisi Psikologis Pustakawan

Meskipun merupakan masalah non-teknis, perasaan merupakan sesuatu yang manusiawi sehingga pustakawan sebagai ujung tombak keberlangsungan BP perlu pula memperhatikan apa yang ia rasakan. Menurut penuturan KI, perasaan sebagai sisi psikologis pustakawan menjadi salah satu faktor paling berpengaruh terhadap kesuksesan implementasi BP. Apresiasi dan

dukungan moral seluruh warga sekolah menjadi salah satu motivasi bagi pustakawan untuk mengoptimalkan kinerjanya, membangun perpustakaan yang ia kelola menjadi lebih baik.

d. Penginformasian

Konsep yang ingin dibangun sebaiknya diinformasikan secara terbuka. Jika mengingat definisi BP yang dikemukakan Kotler (2003, hlm.308), bahwa “*Positioning is Establish and communicate the key distinctive benefit (s) of the companies market offering for each target segment*”, dapat diketahui bahwa secara teoritis sosialisasi merupakan pokok dari kegiatan BP itu sendiri dimana unsur *interpersonal communication* berlangsung. Tanpa sosialisasi yang jelas, BP yang terbangun tidak akan berjalan secara optimal, seperti yang terjadi di Perpustakaan Sekolah Bina Persada.

e. Indikator

Indikator adalah standar yang ditetapkan untuk mengukur keberhasilan sesuatu. Berdasarkan hasil penelitian, indikator yang ditetapkan untuk menguji BP di Perpustakaan Sekolah Bina Persada masih bias. Artinya, pustakawan tidak memiliki standar yang jelas mengenai capaian apa saja yang harus dipenuhi. Padahal, baik menurut teori maupun menurut E, indikator diperlukan untuk mengukur tingkat keberhasilan BP

yang diterapkan. Indikator keberhasilan ternyata juga dianggap penting oleh IFLA (2015) yang menyatakan pentingnya “*An evaluation plan that provides for continuous improvement through evidence-based research, demonstrating the impact of library services on student success*” dalam membangun sebuah perpustakaan sekolah.

Jika meninjau ulang definisi BP yang dikemukakan oleh Karadeniz (2009, hlm.102), bahwa “*Positioning is a process that tries to identify consumers' perceptions, attitudes and product use patterns in order to determine the best place for product or organization from the point of competitive conditions and company offering*” maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang baik sepatutnya disusun berdasarkan kebutuhan identifikasi persepsi pemustaka, sikap pemustaka, dan konsumsi (informasi) pemustaka. Artinya, indikator dibentuk berdasarkan kebutuhan pemustaka.

b. Pelaksanaan BP

1. Pemenuhan Dimensi BP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Perpustakaan Sekolah Bina Persada secara umum telah memenuhi kelima dimensi *positioning* yang dikemukakan oleh Susanto &

Himawan W (2004, hlm. 154). Berikut adalah ulasan singkat kelima dimensi tersebut, berdasarkan hasil elaborasi teori, pendapat E dan hasil penelitian:

a. Nilai

Nilai merupakan kebermanfaatan yang dapat diperoleh oleh konsumen, sehingga muncul citra positif (Susanto & Himawan, 2004). Artinya, segala upaya yang dilakukan oleh pustakawan untuk memberikan dampak positif bagi perpustakaan yang dikelolanya. Secara umum, dimensi nilai memperoleh penilaian yang cukup baik di mata pemustaka. Namun, nilai suatu BP secara ideal seharusnya diuji dan dikonsepsikan secara matang, mengingat BP merupakan salah satu *brand strategy*.

Citra yang ingin dibangun di Perpustakaan Sekolah Bina Persada (*alive library*), belum dirumuskan menjadi beberapa target capaian oleh pustakawan. Padahal, rumusan capaian dapat dikembangkan menjadi rancangan kegiatan, sehingga capaian-capaian tersebut dapat benar-benar tercapai. Rancangan kegiatan inilah yang dimaksud dengan nilai yang terencana. Artinya, nilai yang secara sadar ingin diberikan oleh pustakawan, dengan tujuan untuk membangun citra yang positif. Nilai ini kemudian dapat diuji kelayakan dan kepatutannya dengan menerapkan nilai tersebut dalam jangka waktu

tertentu. Jika nilai dianggap layak dan sesuai kebutuhan sampai akhir masa uji coba, maka nilai yang diterapkan dapat dilanjutkan, demikian pula sebaliknya.

b. Keunikan

Di tengah persaingan global dan derasnya arus informasi, keunikan suatu perpustakaan mutlak dibutuhkan, sehingga perpustakaan dapat tetap menjaga eksistensinya (E dan KI, 2016). Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa KI ingin memunculkan keunikan berupa peningkatan kualitas pemustaka yang dilayani. Menurut KI, pustakawan tidak bisa bergantung pada hal-hal yang bersifat material, sehingga hal utama yang bisa dibangun adalah manusianya.

Menciptakan rasa nyaman juga menjadi fokus utama KI dalam menciptakan keunikan di perpustakaan. KI memulainya dengan mendesain ulang ruangan, dengan mengecat ulang dinding dan lemari buku, kemudian menambahkan beberapa sofa dan atribut tambahan. Melalui konfirmasi terhadap informan, diketahui bahwa kesan nyaman yang diciptakan berpengaruh terhadap kesan positif yang terbentuk.

Kesan yang terbentuk tidak hanya berpengaruh terhadap peningkatan jumlah kunjungan, tetapi juga menumbuhkan loyalitas dan rasa

memiliki pemustaka. Beberapa informan bahkan mengaku mempromosikan dan mengajak pemustaka potensial lainnya untuk berkunjung. Jika mengacu kepada pernyataan Sutarno (2006, hlm.159) bahwa “keberhasilan perpustakaan melayani masyarakat dapat diukur melalui seberapa banyak transaksi informasi yang terjadi”, maka Perpustakaan Sekolah Bina Persada telah berhasil melayani pemustakanya dengan baik.

c. Kredibilitas

Kredibilitas atau keterpercayaan adalah suatu kondisi dimana pemustaka mempersepsikan perpustakaan sebagai suatu lembaga yang dapat dipercaya. Melalui kredibilitas yang baik, akan terbentuk kesan yang positif di mata pemustaka. . *Digital and media skills* dan *Information processes and behaviors* merupakan beberapa kualifikasi pustakawan sekolah profesional yang ditetapkan oleh IFLA (2015). Artinya, pemahaman pustakawan mengenai penerapan dan pemanfaatan IT di perpustakaan, dapat menjadi tolak ukur kelayakan pustakawan untuk diakui sebagai pustakawan yang profesional.

Kredibilitas suatu perpustakaan juga erat kaitannya dengan kompetensi pustakawan. Upaya KI dalam membangun BP, memperbaiki sistem

IT dan mendesain ulang perpustakaan menjadi bukti kapasitas KI dalam mengelola perpustakaan. Hal ini semakin memperkuat citra Perpustakaan Sekolah Bina Persada sebagai lembaga terpercaya, yang turut pula mendukung terealisasinya BP *Alive Library*.

d. Kesesuaian

Dalam rangka perencanaan BP di perpustakaan, pustakawan perlu menetapkan terlebih dahulu citra yang ingin dibangun, dengan memperhatikan segitiga positioning yang dikemukakan oleh Luo D dan Lombart C (2011). Pustakawan juga dapat mengikuti saran IFLA (2015) untuk mempertimbangkan “*National and school level educational mission, philosophy, goals and objectives*”. Dengan memperhatikan misi dan filosofi sekolah, maka perpustakaan sebagai suatu entitas dan sekolah sebagai lembaga penampung perpustakaan dapat berjalan secara sinergis melalui berbagai kegiatan kolaboratif.

Penerapan BP juga perlu memperhatikan kebutuhan pemustaka, sebagai inti dari seluruh pelayanan perpustakaan. BP dapat tercapai dengan baik jika implementasinya berfokus pada pemustaka (*Customer-Focused Value proposition*), sehingga mampu menjadi faktor pendorong yang kuat baik pemustaka untuk

memanfaatkan layanan perpustakaan (Kotler, 2003, hlm. 278&308). Hasil penelitian menunjukkan, seluruh informan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perpustakaan, dan menyatakan kebutuhan mereka terpenuhi. Artinya, layanan yang diberikan sudah cukup sesuai dengan kebutuhan pemustaka.

Kesesuaian BP juga dapat diukur melalui persamaan persepsi antara pustakawan dengan pemustaka, mengenai konsep BP yang diterapkan. E menyatakan, jika citra yang diterima sama dengan citra yang dibangun, maka BP yang diterapkan berhasil. Begitu pula sebaliknya. KI menyatakan BP yang diterapkan berhasil, tetapi belum menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan, seluruh informan siswa menyatakan persepsi yang sama mengenai BP *alive library*, yang berarti konsep yang diterapkan berhasil. Sementara informan guru menyatakan, perpustakaan perlu melakukan penambahan koleksi agar perpustakaan bisa dimanfaatkan secara lebih optimal.

e. Keberlanjutan

Dalam merencanakan pembangunan perpustakaan sekolah, aspek keberlanjutan memang sangat krusial untuk diperhatikan, demikian pula dalam membangun BP. Seperti diketahui melalui hasil penelitian, BP di Perpustakaan Sekolah Bina Persada

sudah berdiri selama hampir satu tahun, tetapi terancam keberlanjutannya karena KI memutuskan untuk pindah. Hal ini terjadi karena BP yang diterapkan masih merupakan *tacit knowledge* dari KI sebagai *brand owner*. Berdasarkan kondisi tersebut, penulis dapat mengkonstruksi beberapa indikator yang menjadi syarat keberlanjutan BP di Perpustakaan Sekolah Bina Persada :

- 1) KI membuat catatan tertulis mengenai konsep BP yang diterapkan. Meliputi analisis kebutuhan pemustaka, penjelasan singkat mengenai konsep yang ingin diterapkan, indikator keberhasilan, strategi untuk mencapai BP, rancangan kegiatan, dan strategi promosi;
- 2) KI menginformasikan *alive library* kepada seluruh warga sekolah.
- 3) KI menggunakan berbagai media promosi untuk meningkatkan kesadaran warga sekolah mengenai *alive library*
- 4) KI membuat *tagline 'alive library'* yang dipajang di depan pintu masuk ruangan perpustakaan, sebagai salah satu dari upaya sosialisasi BP
- 5) KI memberikan pelatihan singkat kepada pustakawan baru mengenai konsep BP yang diterapkan.
- 6) Pustakawan baru mempelajari dan

memahami konsep tertulis yang dibuat KI, kemudian mengembangkannya sesuai dengan kapasitas dan kreativitas pribadi

- 7) Konsistensi dan ketekunan pustakawan baru dalam mengimplementasikan BP
- 8) Kesiediaan dan kesiapan seluruh warga sekolah untuk membantu menghidupkan perpustakaan, dan menerima *alive library* sebagai BP perpustakaan
- 9) Kolaborasi guru dan pustakawan dalam kegiatan belajar mengajar
- 10) Seluruh warga sekolah memberikan dukungan psikologis kepada pustakawan
- 11) Warga sekolah memberikan umpan balik, sehingga BP yang diterapkan bisa diubah, seandainya dianggap tidak lagi relevan dengan kebutuhan pemustaka

2. Strategi Pencapaian BP

Selain memperhatikan kelima dimensi BP yang dikemukakan Susanto dan Himawan (2004), inti dari BP adalah strategi untuk mencapai citra yang diharapkan, yaitu *alive library*. Upaya tersebut dapat berupa konsep, gagasan, kegiatan, maupun perlakuan. Berdasarkan hasil penelitian, berikut adalah beberapa strategi yang dilaksanakan oleh KI:

- a. Memajang karya unggulan siswa

Salah satu upaya KI dalam membangun *sense of belonging* pemustaka adalah dengan memajang karya unggulan siswa di dinding-dinding perpustakaan. Meskipun nampak sederhana, tetapi cara ini terbukti berhasil meningkatkan kunjungan pemustaka, meskipun hanya untuk bersantai atau bermain. Hasil penelitian menunjukkan, seluruh informan yang pernah dipajang karyanya merasa senang, bangga dan puas atas apresiasi yang diberikan oleh KI. Menurut KI, cara ini dapat merangsang siswa untuk kembali datang ke perpustakaan, minimal untuk melihat karya mereka.

Jika mengulas kembali definisi perpustakaan oleh IFLA (2015), “*A school library is a school's physical and digital learning space where reading, inquiry, research, thinking, imagination, and creativity are central to students' information-to-knowledge journey, and to their personal, social and cultural growth*” maka apa yang diterapkan oleh KI sesungguhnya merupakan bagian dari upaya pengembangan personal, sosial dan budaya pemustaka.

Proses menggambar yang dilakukan siswa dapat mengembangkan imajinasi dan memperkuat pertumbuhan personal; gambar yang dihasilkan siswa merupakan salah satu bentuk budaya;

sementara upaya siswa untuk mengajak temannya berkunjung ke perpustakaan dan melihat kembali karya yang dipajang merupakan proses sosial. Melalui kegiatan ini saja, Perpustakaan Sekolah Bina Persada secara definitif sudah memenuhi kriteria perpustakaan sekolah yang diharapkan oleh IFLA.

b. Meningkatkan pemanfaatan TI (Teknologi Informasi)

Upaya lain yang dilakukan KI untuk menciptakan *alive library* adalah dengan memperbaiki sistem TI di Perpustakaan Sekolah Bina Persada. Penerapan TI difokuskan kepada pengembangan *database* perpustakaan dalam upaya membangun OPAC. *Database* yang berisi data anggota dan data koleksi, menurut KI 'ditanamkan' di *database provider* yang berada di Amerika Serikat. Kebijakan ini memungkinkan seluruh warga sekolah untuk mengakses OPAC secara pribadi, dengan beberapa fitur seperti pengecekan buku yang bisa dipinjam dan pengecekan keterlambatan pengembalian.

Selain OPAC, KI juga meminta sekolah untuk menyediakan jaringan internet yang memungkinkan seluruh pemustaka mengakses informasi melalui *gadget* masing-masing. Strategi ini terbukti mampu menarik perhatian pemustaka, terutama pemustaka usia SMP dan guru.

c. *Storytelling*

Salah satu strategi lain yang dilakukan KI untuk mewujudkan *alive library* adalah dengan bercerita/ mendongeng. Berceita/ mendongeng menjadi sarana yang sangat efektif untuk menarik perhatian pemustaka usia dini. Selain mengembangkan imajinasi siswa, cerita juga mampu menanamkan nilai-nilai positif yang terinternalisasi melalui alur cerita yang disampaikan (Agustina, 2016)

Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Yolanda C (2015), diketahui bahwa *story telling* juga mampu meningkatkan minat kunjung pemustaka. Temuan ini tentu saja menjadi bukti, bahwa *story telling* dapat menjadi sarana efektif bagi pustakawan untuk mengembangkan BP yang KI terapkan.

d. Meningkatkan *life skill* pemustaka

Strategi utama KI untuk mewujudkan BP adalah dengan meningkatkan kualitas individu pemustaka. KI mulai mengembangkan inisiatif pemustakanya melalui perayaan hari-hari besar ataupun peringatan isu terkini yang terjadi di dunia. Dengan memahami isu terkini, pemustaka menjadi berpikiran terbuka dan cepat tanggap terhadap perubahan. Sikap tanggap inilah yang dalam jangka panjang dapat berubah menjadi inisiatif.

Banyak metode yang digunakan

KI untuk melatih siswa meningkatkan kemampuannya, salah satunya menggunakan diagram venn. Berdasarkan hasil penelitian, KI diketahui menggunakan diagram venn yang memuat irisan antara R.A. Kartini dan Malala Yousafzai, untuk memperingati hari kartini. Siswa kemudian diminta untuk mencari perbedaan dan persamaan di antara keduanya. Melalui kegiatan ini, siswa dituntut untuk membaca biografi keduanya, menganalisis, kemudian membandingkan. Kegiatan ini melatih siswa untuk mengembangkan daya nalar yang mereka miliki, yang dalam jangka panjang dapat berkembang menjadi *analytical thinking skill*.

KI juga mengajarkan siswanya untuk berpikir *out of the box* dengan melakukan metode yang disebutnya dengan '*provoking*'. Caranya, siswa dihadapkan pada suatu kasus kemudian diminta menyelesaikan kasus tersebut dengan cara sekreatif mungkin. Melalui kegiatan ini, siswa diarahkan untuk mencari berbagai alternatif solusi pemecahan masalah. Jika diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, kegiatan ini dapat merangsang kemampuan *problem solving* sehingga siswa dapat menyelesaikan berbagai masalah yang dihadapinya dengan cara tak terduga.

Pelajaran yang diberikan oleh guru pustakawan harus mampu

merangsang pemustaka untuk menjadi pembelajar seumur hidup. Hal ini sesuai dengan tugas guru pustakawan menurut ASLA (2001, hlm.61), yaitu *“teacher librarian support and implement the vision of their school communities through advocating and building effective library and information service and programs that contribute to the development of lifelong learners”*.

Capaian *lifelong learning* tentunya dapat terpenuhi melalui rencana pembelajaran yang matang. Jika saja pustakawan mengikuti saran IFLA (2015) untuk membuat *“A dynamic action plan of student-centred and community-centered activities”* seperti yang telah dilaksanakan di Perpustakaan Sekolah Bina Persada, maka gambaran perpustakaan ideal yang menjadi pusat pembelajaran di sekolah dapat benar-benar terwujud.

Kebijakan sekolah yang memberikan kesempatan kepada pustakawan untuk mengajar juga merupakan prasyarat esensial dalam mengoptimalkan fungsi perpustakaan. *Library skill* yang terbukti efektif meningkatkan kemampuan siswa, tidak akan berjalan jika sekolah tidak memasukkan mata pelajaran tersebut ke dalam kurikulum wajib di sekolah.

e. Merangsang budaya membaca

Selain berbagai kemampuan teknis, KI juga 'memaksa' pemustaka

untuk membaca buku, dengan bermain tebak-tebakan. KI yang terbiasa bercerita, seringkali mengubah jalan cerita untuk menguji apakah siswa yang diajarnya benar-benar telah membaca buku. Di akhir dongeng, KI biasanya akan meminta siswa untuk menebak cerita apa yang disampaikan, kemudian meminta siswa menyampaikan isi cerita yang benar menurut buku.

Metode ini efektif, karena KI dapat mengetahui siapa saja yang benar-benar membaca buku, mana yang tidak. Fakta ini bisa terlihat dari respon yang disampaikan pemustaka ketika ditanya kelanjutan dari cerita yang didongengkan. Pemahaman KI mengenai fungsi dan arti perpustakaan sekolah yang ideal, membuatnya melakukan *Reading engagement*, yang merupakan salah satu kegiatan yang harus dipenuhi oleh pustakawan profesional (IFLA, 2015).

Menurut Wahadaniah (dalam Ratnasari, 2011, hlm.16), minat baca adalah “suatu perhatian yang kuat dan mendalam disertai dengan perasaan senang terhadap kegiatan membaca sehingga mengarahkan seseorang untuk membaca dengan kemauannya sendiri atau dorongan dari luar”. Melalui kegiatan tersebut, KI telah memberikan 'dorongan dari luar' yang secara berkelanjutan dapat merangsang budaya membaca.

f. Meningkatkan kemampuan guru

Selain melibatkan siswa, KI mencoba merealisasikan *alive library* dengan membantu guru menyiapkan berbagai artikel, jurnal, majalah, maupun buku yang bisa mendukung guru dalam melaksanakan kegiatan belajar mengajar. KI juga mengajarkan kemampuan mengoperasikan berbagai perangkat elektronik seperti video camera, yang dapat mendukung guru meningkatkan kemampuan profesionalnya.

Apa yang dilakukan oleh KI merupakan inti kegiatan pustakawan yang digagas oleh IFLA (2015, hlm. 28), yang salah satunya adalah “*professional development for teachers*”. Hal ini dirasakan sangat membantu kinerja guru, yang di sisi lain juga membantu perpustakaan merealisasikan *alive library*, dengan meningkatnya rasa memiliki guru terhadap perpustakaan.

g. Membangun profesionalisme

Dalam kamus besar bahasa Indonesia, profesionalisme diartikan sebagai mutu, kualitas, dan tindak tanduk yang merupakan cirri orang yang profesional. Dalam kaitannya dengan BP, profesionalisme turut membentuk citra positif di mata pemustaka. KI mulai membangun kemampuan profesionalnya sejak memulai karir sebagai pustakawan pada tahun 1997. Selama 19 tahun, KI

konsisten menggeluti dunia perpustakaan, yang menjadikannya pustakawan berpengalaman.

KI juga menerapkan nilai-nilai profesionalisme dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini nampak melalui hasil penelitian, dimana ia mengaku membedakan sikap antara ketika sedang menjadi guru *library skill* dengan ketika menjadi pustakawan. Sikap seperti ini membantu pemustaka memperoleh rasa nyaman, yang berkontribusi membentuk persepsi pemustaka mengenai *alive library*.

h. Menyelaraskan kebutuhan pemustaka

Hasil penelitian menunjukkan, masing-masing informan memiliki kebutuhan yang berbeda-beda terkait perpustakaan. Seluruh informan sepakat bahwa kebutuhan mereka terpenuhi. Dalam memenuhi kebutuhan pemustaka, peran KI sangat krusial. Dibutuhkan analisis yang komprehensif mendalam mengenai kebutuhan pemustaka, disertai dengan upaya penuh untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Apa yang dilakukan KI merupakan salah satu metode efektif dalam membentuk sebuah *brand*, meskipun mungkin tidak disadari. Pemenuhan kebutuhan pemustaka merupakan jantung dari seluruh kegiatan perpustakaan. Semenarik apapun program yang diterapkan, jika

kebutuhan dasar pemustaka tidak terpenuhi, maka dapat dipastikan perpustakaan tersebut akan sepi pengunjung. Sebaliknya, dengan terpenuhinya kebutuhan pemustaka secara sempurna, citra positif yang diharapkan akan terbentuk dengan sendirinya.

c. Evaluasi BP

Hasil penelitian mengungkapkan, banyak perubahan yang terjadi pasca implementasi BP di Perpustakaan Sekolah Bina Persada. Perubahan tersebut antara lain:

- a. Meningkatkan jumlah kunjungan pemustaka;
- b. Meningkatkan kepuasan pemustaka dengan berbagai sumber informasi yang disediakan, meskipun 30% informan menganggap masih perlu penambahan koleksi;
- c. Meningkatkan loyalitas dan rasa memiliki pemustaka terhadap perpustakaan
- d. Meningkatkan kualitas individu pemustaka melalui berbagai keterampilan yang diajarkan
- e. Meningkatkan minat dan budaya membaca di Sekolah Bina Persada
- f. Koleksi perpustakaan menjadi lebih terorganisir;
- g. Perpustakaan menjadi lebih nyaman untuk dikunjungi;
- h. Perpustakaan menjadi alasan orang tua untuk menyekolahkan anaknya di Bina Persada

Jika meninjau kembali pernyataan Sastradipoera (2003, hlm. 188) bahwa, “Promosi adalah segala upaya marketing yang fungsinya adalah untuk memberikan informasi atau meyakinkan para konsumen aktual atau potensial mengenai kegunaan (*merits*) suatu produk atau jasa (tertentu) dengan tujuan untuk mendorong konsumen baik untuk melanjutkan atau memulai pembelian produk atau jasa perusahaan pada harga (tertentu)” maka dapat disimpulkan bahwa target promosi tidak hanya terbatas kepada konsumen yang belum menggunakan jasa/barang yang ditawarkan (konsumen potensial), tetapi juga menyentuh konsumen aktual yang secara nyata telah terlibat dalam proses transaksi. Artinya, kegiatan promosi tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan perpustakaan tetapi juga memperkuat citra positif dari perpustakaan sehingga popularitasnya terus meningkat. Tujuan yang disebutkan terakhir nampaknya relevan dengan apa yang terjadi di Perpustakaan Sekolah Bina Persada. Seluruh warga sekolah umumnya merasakan perubahan positif sejak penerapan BP *alive library*.

Menurut pendapat E, hasil positioning dapat diuji melalui keselarasan persepsi antara pemustaka dengan pustakawan mengenai citra perpustakaan. Seluruh informan menyatakan kesesuaian tersebut, yang berarti persepsi awal penelitian, bahwa BP

alive library di Perpustakaan Sekolah Bina Persada sudah cukup baik, dapat diterima. Pun demikian, *alive library* masih memiliki beberapa kelemahan, antara lain :

- a. Konsep tidak matang
- b. Tidak ada kolaborasi
- c. Tidak ada indikator
- d. KI tidak memahami BP secara teoritis
- e. Tidak dikomunikasikan
- f. Tidak didukung secara psikologis
- g. Tidak memperhatikan keberlanjutan

Pola Brand Positioning 'Alive Library'

Berdasarkan elaborasi teori, pemaparan ahli, kondisi ideal, kondisi empirik, dan berbagai data pendukung lainnya, dirumuskanlah model implementasi BP *alive library* di Perpustakaan Sekolah Bina Persada.

BP harus dibangun dengan dilandasi latar belakang. Semakin kuat latar belakang, maka semakin baik BP yang terbentuk. Sebagai contoh, BP *alive library* dibangun berdasarkan keprihatinan KI terhadap peraturan sekolah yang melarang siswa untuk berkunjung ke perpustakaan. Karena larangan tersebut sudah berlangsung bertahun-tahun, maka KI harus bekerja keras untuk mengubah kondisi tersebut. Hal ini membuktikan, semakin besar tantangan yang dihadapi maka semakin keras usaha yang diperlukan. Usaha yang

dilakukan secara optimal akan menghasilkan hasil yang optimal pula.

Tahap selanjutnya adalah perencanaan. Melalui hasil penelitian, KI diketahui tidak memiliki perencanaan yang matang terhadap konsep yang dibangunnya. Secara ideal, BP harus dibangun dengan mempertimbangkan 5 dimensi BP (Susanto dan Himawan, 2004) dan segitiga *positioning* (Luo D dan Lombart C, 2011). Perencanaan menghasilkan konsep BP yang ingin diterapkan, indikator dan strategi pencapaian. Dalam merencanakan BP, pustakawan disarankan untuk berkolaborasi dengan guru, kepala sekolah, orang tua dan ahli, sehingga pada pelaksanaannya nanti sudah terbentuk iklim kolaboratif.

Setelah direncanakan, konsep yang sudah matang kemudian diinformasikan kepada seluruh warga sekolah. Salah satu media yang paling kuat adalah dengan menggunakan *tagline*. *Tagline* ini perlu disosialisasikan, sehingga kesadaran warga sekolah mengenai konsep BP yang ingin dicapai sudah terbentuk sejak awal. Sosialisasi ini penting, mengingat tujuan akhir dari BP adalah kesamaan persepsi antara pemustaka dengan pustakawan. Jika sudah diinformasikan dengan baik, maka langkah selanjutnya adalah implementasi.

Poin terpenting dalam implementasi BP adalah strategi pencapaian. Strategi pencapaian adalah

segala upaya yang dilakukan pustakawan untuk merealisasikan konsep BP yang ia rancang. Masing-masing pustakawan dapat membuat rancangan strategi pencapaian BP sendiri, sesuai dengan kondisi sekolah dan kemampuan pustakawan. Sebagai garis besar, pustakawan dapat memanfaatkan 5 dimensi *positioning* untuk merencanakan strategi pencapaian BP. Strategi pencapaian perlu dirancang secara matang, mengingat fungsinya sebagai tonggak keberhasilan BP.

Setelah diimplementasikan, maka akan muncul hasil dari kegiatan BP yang telah dilaksanakan. Hasil yang diperoleh tentu akan sebanding dengan apa yang telah diusahakan pustakawan untuk mencapai BP. Karena tujuan BP adalah meningkatkan citra perpustakaan, maka pustakawan harus memastikan hasil implementasi bersifat positif. Dengan demikian, BP yang dirancang akan benar-benar terbentuk. Jika BP sudah terbentuk, maka langkah selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah melakukan evaluasi.

Evaluasi BP dapat dilakukan dengan membandingkan hasil kegiatan dengan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya dan 5 dimensi *positioning*. Pustakawan perlu memperhatikan kebernilaian, kredibilitas, keunikan, kesesuaian dan keberlanjutan BP. Jika telah dievaluasi dan dirasa masih relevan dengan kondisi dan kebutuhan perpustakaan, maka BP yang telah

diterapkan dapat dilanjutkan. Sebaliknya, jika kebutuhan dan kondisi perpustakaan tidak lagi sesuai dengan BP yang diterapkan, maka pustakawan dapat menggantinya dengan konsep yang baru yang dianggap relevan.

SIMPULAN

Brand positioning merupakan salah satu *brand strategy* dimana perpustakaan dapat membentuk citra yang diinginkan. Pada pelaksanaannya, belum banyak perpustakaan yang mengimplementasikan *brand positioning* sebagai bagian dari kegiatan promosi. Salah satu perpustakaan yang melaksanakan *brand positioning* adalah Perpustakaan Sekolah Bina Persada (SBP), dengan citra yang ingin dibangun berupa *alive library*.

Implementasi *brand positioning alive library* dilandasi oleh keprihatinan Pustakawan terhadap pembatasan waktu kunjungan siswa di Perpustakaan SBP. Kondisi tersebut membuat perpustakaan menjadi sepi pengunjung, sehingga menghambat perpustakaan dalam memenuhi peran dan fungsinya sebagai *the center of excellence*. Maka dari itu, Pustakawan mulai membangun *alive library*, sebagai suatu strategi agar fungsi perpustakaan dalam memenuhi kebutuhan pemustaka dapat tercapai.

Meskipun *brand positioning* yang diterapkan belum dikonseptkan secara matang dan masih merupakan *tacit knowledge*

dari Pustakawan, *brand positioning alive library* terbukti mampu mengubah perpustakaan menjadi lebih hidup. Selain itu, seluruh informan sepakat bahwa kondisi perpustakaan sudah sesuai dengan konsep *alive library*. Artinya, secara teoritis *brand positioning* yang diterapkan dapat dikatakan berhasil.

Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran Pustakawan. Pustakawan menjadi ujung tombak keberhasilan *brand positioning*, mengingat perannya yang sangat krusial baik dalam merancang, mengimplementasikan, maupun mengevaluasi konsep *brand positioning* yang diterapkan. Kualifikasi dan kompetensi, dan sisi psikologis Pustakawan berperan penting pada keberhasilan *brand positioning*.

Penelitian ini juga menghasilkan pola implementasi *brand positioning alive library* yang dikonstruksi melalui elaborasi teori, pendapat ahli dan data empiris. Pola tersebut dapat menjadi model untuk diadopsi oleh perpustakaan sekolah lainnya.

Berdasarkan seluruh rangkaian penelitian, disimpulkan bahwa keberhasilan *brand positioning* sesungguhnya bergantung kepada peran dan usaha Pustakawan. Sehingga, pada dasarnya setiap perpustakaan memiliki peluang yang sama untuk mengimplementasikan *brand positioning*.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, susanti. (2016). Terapi Berqisah Melalui Buku. Bandung: CV Restu Bumi Kencana.
- Australian School Library Association. (2001). *Learning for the future : developing information services in schools*. New South Wales: ASLA.
- B K Sen. (2008). Ranganathan's Five Law. *Annals of Library and Information Studies*, 55, hlm. 87-90.
- Dooley, L. M. (2002). Case Study Research and Theory. *Advance in Developing Human Resources*, 4 (3), hlm. 335-354
- International Federation of Library Associations and Institutions. (2015). *IFLA school libraries guidelines*. Den Haag: IFLA.
- Karadeniz, M. (2009). Product Positioning Strategy in Marketing Management. *Journal of Naval Science and Engineering*, 5 (2), hlm. 98-110.
- Keller, K. L. (2009). *Brand Planning*. Santa Barbara: Greenwood.
- Keller, K. L. (2009). *Brand Planning*. Santa Barbara: Greenwood.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Insights From A to Z: 80 Concepts Every Manager Needs to Know*. San francisco: Wiley.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2003). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. [Alih bahasa: Alexander Sujiro]. Jakarta: Index.

- NS, Sutarno. (2006). *Perpustakaan dan masyarakat*. Jakarta: Sagung Seto.
- Ratnasari, Y. (2011). *Pengaruh pergaulan teman sebaya terhadap minat baca siswa kelas V SD Negeri Bojongsari I Kab. Purbalingga*. (Skripsi). Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta.
- Ries, J. T. (2002). *Positioning: the battle for your mind*. Jakarta: Salemba Empat.
- Simons, K., Young, J., & Gibson, C. (2000). The learning library in context: community, integration, and influence. *Research Strategies*, 17, hlm. 123-132.
- Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyati. (2008). *Pengantar dasar ilmu perpustakaan*. Surakarta: UNS Press.
- Susanto, A. B. dan Himawan W. (2004). *Power Branding*. Jakarta: Quantum.
- Yin, K. R. (2009). *Case study research : design and methods*. Pennsylvania : SAGE Publication.
- Yolanda, C. (2015). *Pengaruh pemberian kegiatan story telling terhadap minat kunjung anak ke Perpustakaan : Studi kasus pada Perpustakaan Komunitas Jendela Semarang*. (Skripsi). Universitas Diponegoro, Semarang.